

**PROSES KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK *PERSONAL BRANDING*
INFLUENCER VINCENTIA TIFFANI
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

OLIVIA MEGAN SUKAMTO

180906637 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Olivia Megan Sukamto

NPM : 180906637

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PROSES KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK *PERSONAL BRANDING*
INFLUENCER VINCENTIA TIFFANI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 12 April 2023

Saya yang menyatakan,



Olivia Megan Sukamto

HALAMAN PERSETUJUAN

**PROSES KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK *PERSONAL BRANDING*
INFLUENCER VINCENTIA TIFFANI
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)

Disusun oleh :

OLIVIA MEGAN SUKAMTO

180906637

Disetujui oleh :



Lukas Deni Setiawan, M.A.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Komunikadi dalam Membentuk *Personal Branding Influencer* Vincentia
Tiffani pada Media Sosial Tiktok

Penyusun : Olivia Megan Sukamto

NPM : 180906637

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

Hari/Tanggal : 28 Maret 2023

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Ike Devi Sulistyningtyas, M.Si

Penguji Utama

Lukas Deni Setiawan, S.I.P., M.A.

Penguji I

Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A

Penguji II

Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah dan rahmatnya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PROSES KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING *INFLUENCER* VINCENTIA TIFFANI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK” sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat melakukan penyusunan skripsi ini tentu peneliti menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Namun setelah melewati berbagai proses, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan dengan dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mami, Papah, dan Koko atas semua dukungan dan doa yang diberikan untuk peneliti saat mengerjakan skripsi. Words cannot describe how much i love you guys, my happy little family.
2. Bapak Lukas Deni Setiawan selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam pengerjaan penelitian ini. Terima kasih banyak atas seluruh bimbingannya pak Deni.
3. Seluruh Dosen FISIP UAJY, terima kasih atas bimbingan, pengajaran, dan ilmu yang telah diberikan kepada peneliti.
4. Klan Bachrudin khususnya Aziza Ayang dan Aurelia Ulvi yang senantiasa memberikan semangat dan perhatian saat peneliti menyelesaikan skripsi ini. Thank you for having my back all my life, to my sisters for life.
5. Segenap keluarga Tridi Solusi Kosmetindo, Mbak Mita, Mbak Prima, Mbak Desi, Mbak Dara, Mas Rey, Mbak Yana, Mbak Dilla, Mas Aldi, Mbak Ara, dan Christina Tirza Anesti, terima kasih atas semua dukungan dan pengingat agar peneliti segera menyelesaikan skripsi. Terima kasih sudah menjadi bagian hidup peneliti selama kurang lebih 2 tahun bekerja disana.
6. Trah Harsantyasto dan FGD, terima kasih sudah berdinamika bersama peneliti selama masa kuliah di FISIP UAJY. Terima kasih banyak atas memori manis pahit nya.
7. Grup Keceriaan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-satu, terima kasih sudah menjadi penyemangat dan memberikan hiburan selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.

peneliti tentu menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf dan menerima kritikan serta saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 20 Februari 2023



Olivia Megan S



**PROSES KOMUNIKASI DALAM MEMBENTUK *PERSONAL BRANDING*
INFLUENCER VINCENTIA TIFFANI
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

ABSTRAK

Personal branding menjadi hal yang penting bagi seseorang, apalagi *influencer* karena digunakan sebagai cara untuk mengomunikasikan dan melaksanakan semua hal yang membuat seseorang dapat dipasarkan dengan membangun jaringan kepada audiens. Ketika seorang *influencer* membangun *personal branding* tentu harus memperhatikan kriteria, seperti keotentikan, integritas, konsistensi, spesialisasi, otoritas, keberbedaan, relevan, visibilitas, kegigihan, kebaikan, dan kinerja. Sama halnya dalam penelitian ini, Vincentia Tiffani sebagai seorang *influencer* membangun *personal branding* tersebut pada media sosial TikTok melalui penerapan formula *Circle P*, yakni *Competency, Connectivity, Creativity, dan Compliance & Contribution*.

Penelitian ini berfokus kepada *personal branding* dari Vincentia Tiffani pada media sosial TikTok. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus dengan penyajian data berdasarkan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Pada penelitian ini memiliki dua narasumber yaitu Vincentia Tiffani dan admin. Triangulasi data juga digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan kesesuaian antara kedua narasumber. Selain menerapkan formula *Circle P*, Vincentia Tiffani juga memanfaatkan fitur-fitur TikTok sebagai sarana penunjang pembentukan *personal branding*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *influencer* Vincentia Tiffani telah melakukan *personal branding* pada media sosial TikTok dengan menerapkan keempat siklus *personal branding Circle-P*. *Personal branding* unggulan milik Vincentia Tiffani adalah ketika ia memegang teguh kejujuran akan review produk dan selalu mencoba produk tersebut terlebih dahulu. Kejujuran, kreatifitas, dan keunikan konten Vincentia Tiffani membuat banyak audiens yang setia dan terus mengikuti jejak Tiffani sebagai Beauty Influencer di TikTok.

Kata Kunci: *Personal Branding, Influencer, Tiktok*

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Kerangka Teori	12
1. Komunikasi Pemasaran	11
2. <i>Personal Branding</i>	12
3. <i>New Media</i>	18
4. Tiktok	20
5. <i>Influencer</i>	21
F. Metodologi.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Metode Penelitian.....	23
3. Lokasi Penelitian	23
4. Subjek Penelitian.....	24
5. Obyek Penelitian	24
6. Teknik Pengumpulan Data	24
7. Teknik Triangulasi Data.....	25
8. Teknik Analisis Data	26
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	27

A. Profil Vincentia Tiffani	27
B. Vincentia Tiffani sebagai <i>Influencer Beauty</i> di media sosial TikTok	29
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA	35
A. Temuan Data	35
1. Perjalanan Karir Vincentia Tiffani	35
2. Proses <i>Personal Branding</i> Vincentia Tiffani di TikTok	37
3. Upaya Vincentia Tiffani dalam Membuat Konten di TikTok.....	39
4. Observasi Konten Akun TikTok Vincentia Tiffani.....	45
B. Analisis Data	59
BAB IV PENUTUP	67
A. KESIMPULAN	67
B. SARAN	68
1. Praktis.....	68
2. Akademis.....	68
Daftar Pustaka	69
LAMPIRAN	72
Lampiran I Pedoman Wawancara	73
Lampiran II Observation Guide	76
Lampiran III Transkrip Wawancara	77
Lampiran IV Transkrip Wawancara	85
Lampiran V Hasil Turn It In	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)	1
Gambar 1.2	Aktivitas Paling Sering dilakukan menggunakan Internet	2
Gambar 1.3	Profil Akun Instagram TikTok Vincentia Tiffani @tiffanizivana	6
Gambar 1.4	Peringkat Penjualan Barang	8
Gambar 2.1	Foto Vincentia Tiffani	25
Gambar 2.2	Profil TikTok Vincentia Tiffani	26
Gambar 3.1	Konten Desember 2021 dengan Interaksi Terbanyak	43
Gambar 3.2	Konten Januari 2022 dengan Interaksi Terbanyak	44
Gambar 3.3	Konten Februari 2022 dengan Interaksi Terbanyak	45
Gambar 3.4	Konten Maret 2022 dengan Interaksi Terbanyak	46
Gambar 3.5	Konten April 2022 dengan Interaksi Terbanyak	47
Gambar 3.6	Konten Mei 2022 dengan Interaksi Terbanyak	49
Gambar 3.7	Konten Juni 2022 dengan Interaksi Terbanyak	50
Gambar 3.8	Konten Juli 2022 dengan Interaksi Terbanyak	52
Gambar 3.9	Konten Agustus 2022 dengan Interaksi Terbanyak	53
Gambar 3.10	Insight Akun TikTok Vincentia Tiffani Des 24, 2022 - Feb 21, 2023	55